
SURAT KABAR SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Oleh : ST. Nasriah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar

st_nasriah@yahoo.com

Abstract;

Dakwah adalah kewajiban yang harus ditegakkan oleh umat Islam, kapan dan dimana pun mereka berada. Dakwah dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, misalnya melalui perbuatan (akhlak), tutur kata (lisan), dan melalui tulisan (surat kabar). Surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas Koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Secara umum ciri-ciri pers (baik cetak maupun elektronik) adalah menyangkut prosesnya yang berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen. Antara media cetak dengan media elektronik memiliki perbedaan yang khas. Berdakwah melalui surat kabar, hendaknya disampaikan dengan penuh hikmah, dengan cara yang baik, lemah lembut, dan penuh kesabaran serta dengan argument terbaik sesuai dengan Alquran surah An Nahl ayat 125. Berdakwah melalui surat kabar erat kaitannya dengan tiga komponen yang akan mempengaruhi berhasilnya media surat kabar yaitu pemilik modal, pemimpin redaksi, dan wartawan yang harus berjalan seiring agar dakwah tetap eksis melalui surat kabar. Keberadaan surat kabar menjadi peluang mas bagi juru dakwah untuk mengambil bagian di dalamnya dengan mengisi pesan-pesan agama bagi masyarakat karena konsumsi masyarakat tentang dakwah tidak akan pernah pupus. Perkembangan pers dewasa ini di samping menggembirakan juga menghawatirkan karena dapat memunculkan penyakit kecemasan informasi disebabkan ketidakmampuan khalayak mengola informasi tersebut sehingga masyarakat dapat saja menerima limbah informasi yang tidak bermanfaat bagi dirinya karena arus informasi ternyata sangat sukar dikendalikan.

Kata Kunci:

Surat Kabar, Media, Dakwah

Da'wah is an obligation that must be upheld by all Moeslims anytime and anywhere. Da'wah can be implemented in various forms that are by actions (moral), speech (oral), and writing (newspapers). The newspaper is a publication that is lightweight and easily discarded and usually printed on low-cost paper called newspaper which contains of the latest news on various topics. In general, the characteristics of the press (both print and electronic) are related to the process

that takes place in one direction, institutionalized communicator, public message, simultaneity and heterogeneous. There are unique differences between print and electronic media. It should be submitted with full of wisdom, in a good way, gentleness, and patience, and the best argument in accordance with the Qur'an Surah An-Nahl verse 125 in preaching through newspaper. Preaching through a newspaper closely associated with the three components that will affect the success of newspaper which are a capital owner, chief editor, and journalist who has to go hand in hand in order to actualize the *Dakwah* through the newspaper. The existence of newspaper becomes a great opportunity for preachers to take part in it by filling the religious messages to the public because the public consumption of *Dakwah* will never go out. In addition, The development of today's press is to encourage, but at the same time, it also makes worried because it can cause some worries of information that is caused by the inability of the public information's anxiety to meet information, so that people can only accept the cesspool information which is useless for them because of the flow of information turned out to be very difficult to control.

Keywords:
Newspapers, Media, Da'wa

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dakwah adalah kewajiban yang harus ditegakkan oleh umat Islam, kapan dan dimana pun mereka berada. Dakwah dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, misalnya melalui perbuatan (akhlak), tutur kata (lisan), dan melalui tulisan (surat kabar). Keberhasilan dakwah tidak hanya terletak pada format dan isi tetapi sangat tergantung pula pada metode dan media, pengaruh media informasi sungguh makin nyata. Sementara di kalangan umat Islam umumnya kita menyaksikan adanya semacam pergeseran proporsionalitas struktur penggunaan media dakwah, yakni dakwah *bi qalam* (media cetak) mendapat posisi besar disamping dakwah *bi llisan*.¹

Surat kabar sebagai media informasi dan media dakwah sangat besar pengaruhnya dalam penyiaran Islam kepada masyarakat. Surat kabar sebagai media massa memuat dan menyajikan berbagai macam informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat selaku konsumen. Dalam dunia modern kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari jurnalistik dan pers. Secara ekstrim para ahli jurnalistik menyamakan pers dengan udara yang dibutuhkan manusia untuk hidup. Manusia modern tidak lagi dapat hidup tanpa mendapatkan suguhan pers untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.²

Surat kabar memiliki kekuatan raksasa dalam mempengaruhi dan menggerakkan massa. Menggunakan surat kabar sebagai penyampai pesan dakwah akan mampu meningkatkan harga diri menumbuhkan rangsangan yang baik dan dapat meningkatkan nilai-nilai artistik masyarakat. Peran dakwah di surat kabar mengutamakan kepentingan pembaca, mengusahakan peningkatan kecerdasan dan kesejahteraan melalui informasi, harus mampu

menjadi media dan corong kemajuan bangsa, jurnalisme profetik, agen pemersatu dan sebagai alat komunikatif dialogis dengan menggunakan bahasa persuasive sofistikatif. Pemanfaatan surat kabar sebagai media dakwah dimaksudkan bukan untuk mengganti peranan dakwa bilisan maupun dakwah bilhal tetapi tetap dalam konteks dakwah tiga serangkai, penyampaian misi dakwah melalui surat kabar adalah sebagai sarana Islamisasi kehidupan. Kelebihan surat kabar dibanding media lainnya adalah biayanya murah isinya dapat dibaca berulang-ulang, bertahan lama dan dapat dikoreksi kembali bila terdapat kesalahan atau penyimpangan dalam penyajiannya, sehingga diharapkan dakwah dapat tersiar dan terpublikasi pada khalayak dengan baik dan benar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut: Pertama, bagaimana pengertian dan karakteristik surat kabar. Kedua, Bagaimana berdakwah melalui surat kabar Ketiga, bagaimana tantangan dan solusi surat kabar sebagai media dakwah.

PEMBAHASAN

Pengertian dan karakteristik surat kabar

Surat kabar atau Koran secara leksikal berarti lembaran-lembaran kertas bertuliskan kabar(berita) dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom yang terbit setiap hari atau secara periodik.³ Dalam UU RI no. 40 tahun 1999 tentang pers, surat kabar dikatakan sebagai instrument Pers Nasional, maksudnya sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi; mencari, memperoleh, memiliki, menyimpang, mengolah dan menyampaikan informasi dalam bentuk tulisan dengan menggunakan media cetak yang tersedia.⁴

Surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas Koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa even politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana. Surat kabar juga biasa berisi kartun, TTS dan hiburan lainnya. Ada pula surat kabar yang dikembangkan dalam bidang-bidang tertentu. Jenis surat kabar umum biasanya diterbitkan setiap hari, kecuali pada hari-hari libur. Surat kabar sore juga umum di beberapa Negara, selain itu terdapat surat kabar mingguan yang biasanya lebih kecil dan kurang prestisius dibandingkan dengan surat kabar harian dan isinya bersifat hiburan.⁵

Perkembangan teknologi dewasa ini memungkinkan percetakan surat kabar secara simultan di beberapa tempat sehingga peredaran di daerah-daerah yang jauh dari pusat penerbitan dapat dilakukan lebih awal. Misalnya Koran Republika yang pusatnya di Jakarta melakukan sistem cetak jarak jauh (SCJJ) di Solo. Koran Internasional Herald Tribune yang beredar di Indonesia dicetak dan diterbitkan di Singapura, pada hal kantor pusatnya berada di Paris. Di satu pihak sistem ini menolong beredarnya koran-koran kota besar di daerah-daerah

dengan lebih tepat waktu. Namun dipihak lain koran-koran daerah banyak mengeluh karena hal ini membuat Koran-koran besar semakin merajai dan mematikan koran-koran daerah yang lebih kecil.⁶

Dewasa ini adalah masa terjadinya banjir media massa dan menjurus kepada terjadinya kekerasan media massa yang sukar diabaikan oleh pembentuk-pembentuk watak manusia. Media massa seperti surat kabar, majallah, televisi, radio, film, teater dan sebagainya harus dimanfaatkan seefektif mungkin oleh para Dai, sebab bila tidak, media tersebut akan cenderung berupa alat sekularistik yang akan mendangkalkan penghayatan keagamaan umat Islam. Surat kabar sebagai salah satu media dakwah sangat besar peranannya dalam menstransformasikan nilai-nilai ajaran agama kepada masyarakat. Peranan surat kabar antara lain dapat dirumuskan sebagai berikut:

Empat buah koran yang memusuhi lebih berbahaya daripada seribu bayonet.

Dalam melaksanakan perjuangan meletakkan dasarnya cita-cita atau penyebaran cita-cita maka koran merupakan benteng pertahanan

Untuk mengetahui amanat penderitaan rakyat yang sebenarnya dapat dicerminkan dalam koran

Apabila koran dibiarkan secara merdeka, saya tidak akan bisa memerintah lebih dari 30 bulan (Napoleon)

Koran dapat disamakan dengan mata, telinga, dan lidahnya rakyat

Adapun yang tidak benar yang disiarkan oleh koran bisa mengakibatkan benar dan rakyat akan mempercayainya

Koran langsung bisa menjadi pembunuh bila ia terlalu dibebaskan berbicara

Bila digunakan sebenarnya koran dapat menguasai dan memerintah dunia

Suatu negara bisa menjadi baik atau buruk tergantung dari peranan korannya

Bicara hanya menghasilkan sejumlah kecil manusia yang terpengaruh, tetapi dengan koran jutaan manusia bisa terpengaruh.⁷

Dengan demikian dapat dipahami bahwa surat kabar memiliki peran penting dalam penyampaian berita baik yang umum maupun mengenai ke-Islaman.

Adapun fungsi surat kabar sebagai media dakwah menurut Syafaat Habib adalah membentuk opini, merubah sikap dan untuk mengarahkan tingkah laku perseorangan dan masyarakat. Dakwah sebagai agen pembaharuan, perbaikan dan perubahan, mempunyai sarana yang sama dengan pendidikan, yaitu keluarga, pendidikan formal, lingkungan masyarakat dan media massa.⁸ Sebagai agen perubahan, maka sesungguhnya keluarga selain menempati tempat yang paling penting, juga sebagai pendahuluan dan tahap awal pendidikan manusia. Oleh karena itu, melalui fungsi keluarga dakwah sangat penting artinya dalam pembentukan watak dan pribadi muslim, sebagai benih terbentuknya masyarakat yang dikendalikan oleh pola dakwah.⁹

Surat kabar sebagai media dan sarana dakwah diperlukan oleh manusia yang akan berkembang terus-menerus sejalan dengan laju dan perkembangan manusia. Apabila dikaitkan dengan media dan sarana dakwah dalam al-Qur'an, maka akan ditemukan berbagai contoh media dakwah, misalnya pentingnya baca tulis sebagai media dakwah. Informasi tentang perintah baca tulis dapat dilihat dalam al-Qur'an surah al-'alaq: 1-5.¹⁰

Karakteristik surat kabar/majalah

Secara umum ciri-ciri pers (baik cetak maupun elektronik) adalah menyangkut prosesnya yang berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen. Antara media cetak dengan media elektronik memiliki perbedaan yang khas. Onong Effendy menjelaskan; Pertama, pesan-pesan yang disiarkan oleh media massa elektronik diterima oleh khalayak hanya sekilas dan khalayak harus selalu berada di depan pesawat, sedangkan pesan-pesan yang disiarkan media cetak dapat dikaji ulang dan dipelajari serta disimpan untuk dibaca pada tiap kesempatan. Kedua, pada media elektronik pesan-pesan yang disampaikan harus mudah dicerna pendengar atau pemirsa, sedangkan pada media cetak dapat *sophisticated* dan ilmiah. Ketiga, pada media cetak sering terjadi polemik pemikiran yang panjang, sedangkan pada media elektronik tidak pernah terdapat. Keempat, media cetak memiliki daya persuasi yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan media elektronik karena pesan-pesan persuasif media cetak lebih ditujukan kepada rasio atau pikiran, sedangkan pada media elektronik lebih banyak ditujukan kepada perasaan.¹¹

Kekhususan surat kabar dapat dilihat dari ciri-ciri sebagai berikut:

Publisitas, maksudnya surat kabar diperuntukkan umum karenanya berita, tajuk, artikel dan lain-lain harus menyangkut kepentingan umum.

Universalitas, menunjukkan bahwa surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.

Aktualitas, maksudnya kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak.

Periodisitas, berarti suatu penerbitan disebut surat kabar jika terbitnya secara periodik, dan teratur.¹²

Disamping memiliki ciri khas, surat kabar juga mempunyai sifat sebagai berikut:

Terekam, maksudnya semua berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat dan kata-kata yang terdiri dari huruf-huruf, yang dicetak diatas kertas. Dengan demikian, setiap peristiwa atau hal yang diberitakan terekam sedemikian rupa sehingga dapat dibaca setiap saat dan dapat dikaji ulang, bisa pula dijadikan sebagai dokumentasi dan bisa dipakai sebagai bukti untuk keperluan tertentu.

Menimbulkan perangkat mental, karena berita-berita yang dikomunikasikan kepada khalayak menggunakan bahasa dengan huruf yang tercetak "mati" di atas kertas,

maka untuk dapat mengerti maknanya pembaca harus menggunakan perangkat mental secara aktif.

Pesan menyangkut kebutuhan komunikasi, mengingat sifat surat kabar adalah satu arah (*one-way traffic communication*), maka pesan yang disampaikan dirancang menarik perhatian pembaca dengan menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga dapat membangkitkan kebutuhan pribadi pembaca, dengan demikian pesan memberikan jalan untuk membangkitkan respon pembaca.

Efek sesuai dengan tujuan yang dirumuskan, dengan pemberian informasi agar pembaca tahu, untuk membuat pembaca berubah sikap dan perilakunya serta untuk membuat pembaca meningkat intelektualitasnya.¹³

Adapun ciri khas pers dakwah (baca:suratkabar/majalah) di bangun atas kerangka falsafah *Islamic Tri angular Relationship*, yakni terdapatnya hubungan sinergis antara segitiga (Allah, manusia dan masyarakat) dalam proses rancang bangun hingga output produk pers.¹⁴

Panduan dasar ketakwaan kepada Allah inilah yang membedakannya dengan pers lain, bukan hanya sekedar label nama yang Islami, tetapi keseluruhan modus operandinya harus berpedoman pada falsafah diatas. Selanjutnya Alamsjah Ratu Perwira Negara mengatakan karakteristik pers dakwah dan sekaligus Membedakannya dengan pers lain adalah sifatnya yang religius (Islami), berorientasi, berwawasan, berpijak dan bernaftaskan Ajaran Islam.¹⁵

Berdakwah melalui surat kabar.

Untuk dapat menjalankan fungsi dan perannya, surat kabar harus bersifat inovatif dengan senantiasa mendorong masyarakat agar selalu berpikir lebih maju dan gemar mengusahakan temuan-temuan baru yang bermanfaat bagi kemaslahatan umat di bidang ilmu pengetahuan, teknologi maupun pemikiran-pemikiran orisinil masyarakat. Surat kabar juga harus kritis dengan cara tidak henti-hentinya memantau perkembangan setiap perubahan sosial dan denyut institusi social. Usaha-usaha tersebut di maksudkan agar masyarkat Muslim berwatak reformis yang notabene menjadi kunci setiap kemajuan.

Sebagaimana di jelaskan di atas, kelebihan surat kabar dibanding media massa lainnya adalah bahwa surat kabar paling gampang dan efisien di simpan dengan biaya yang relative lebih murah (meski pun pada dasarnya pola visual juga dapat di rekam). Terlebih lagi surat kabar berhasil membentuk *participatory journalism* (melalui opini atau surat pembaca). Secara umum isi surat kabar apakah berita, editorial, artikel, feature, bahkan iklan memiliki lima kemungkinan daya pengaruh. Ke lima daya pengaruh itu dapat di gambarkan dalam “model hirarki pengaruh”, yakni perhatian, pemahaman menarik pelajaran, perubahan sikap dan perubahan tingkah laku.¹⁶

Surat kabar memiliki pengaruh langsung yang sangat kuat kepada pembacanya. Beberapa teori yang mewakili anggapan ini dapat disebut misalnya teori peluruajaib (*magic*

bullet theory), teori jarum suntik (*hypodermic belt theory*), dan teori lilitan tali pinggang (*transmission belt theory*). Surat kabar melalui interaksi dengan pembacanya ternyata memiliki kekuatan raksasa dalam mempengaruhi dan menggerakkan massa. Pesan-pesannya ikut mewarnai kesadaran setiap individu melalui cara-cara yang amat halus .

Surat kabar mampu menggerakkan perilaku massa sesuai dengan arah yang dikehendakinya. Kenyataannya massa memang tidak memiliki apa-apa, sehingga karena kehalustajamannya itu Jalaluddin Rakhmat melukiskannya ibarat seorang pasien yang tidak bisa berdaya apa-apa setelah dimasuki sejenis serum melalui jarum kecil kedalam tubuh.¹⁷ Inilah yang disebut dengan teori model jarum hypodermis. Atau melalui “*magic bullet theory*” yang dilukiskan oleh Melvin De Fleur, massa diasumsikan sebagai sosok yang tidak bisa berdaya karena ditembaki oleh stimuli surat kabar.

Di samping itu, realitas yang disajikan oleh surat kabar sebetulnya hanyalah realitas bentukan. Surat kabar dalam hal ini berfungsi sebagai penerjemah, sebagai jembatan antara peristiwa dan public pembaca. Peristiwa-peristiwa dunia yang sulit dipahami dapat diterjemahkan oleh surat kabar sesuai dengan bahasa dan logika yang dipahami pembacanya. Dengan demikian masyarakat akan dengan mudah dan hanya dengan logika sederhana dapat menangkap setiap pesan yang dikomunikasikan. Karena kekuatannya sebagai alat penerjemah, surat kabar dapat menampilkan realitas kedua (*the second reality*), yakni realitas bentukan yang belum sesuai dengan realitas apa adanya (*the first reality*).

Berita yang diterima oleh pembaca hanyalah merupakan realitas kedua maka para peliput dan penulis serta editor di surat kabar member rekayasa terhadap informasi yang disampaikannya. Demikian pula pesan yang disampaikan penulis pada kolom tajuk dan artikel merupakan jenis tulisan yang telah dibumbui oleh hasil interpretasi penulis sesuai dengan visi dan kepentingannya, serta dibuat dengan bahasa pilihan yang menarik pembacanya. Dengan kekuatan seperti itu, surat kabar sesungguhnya dapat digunakan untuk berbagai kepentingan. Ia bisa menjadi alat penegak keadilan, pembela demokrasi, seruan menyampaikan kebenaran (dakwah) atau sebaliknya menjadi alat untuk melakukan penindasan dan mempertahankan kekuasaan.

Setidaknya ada tiga komponen yang saling berkaitan dalam mempengaruhi berhasilnya dakwah di media surat kabar, tiga komponen tersebut adalah : pemilik modal, pemimpin redaksi dan wartawan. Ketiga komponen tersebut harus berjalan seiring. Bila salah satunya tidak memiliki jihad untuk dakwah maka dakwah di media surat kabar dapat dikatakan tidak maksimal, walaupun pada hakikatnya dakwah tetap dapat berjalan melalui pemberitaan yang ditulis oleh jurnalis. Sebelum dipublikasikan menjadi sebuah berita, informasi harus melewati berbagai tahapan seleksi terlebih dahulu. Pada akhirnya, ada informasi yang lolos dari tahap seleksi kemudian diangkat menjadi berita, dan ada informasi yang tidak lolos tahap seleksi. Hal ini dikarenakan tidak tersedia cukup waktu dan tempat di dalam media massa. Fungsi pengaturan tempat dan waktu ini berkaitan dengan fungsi redaksi sebagai penjaga gawang informasi (*gatekeeper*) yang menepis berita-berita masuk, Media melalui kegiatan yang

disebut *gatekeeping* mengontrol akses khalayak terhadap berita, informasi, dan hiburan. Bila dikaitkan dengan teori komunikasi massa, maka hal ini bersesuaian dengan *Agenda Setting Theory*, yaitu suatu teori yang meyakini dan meramalkan bahwa media tidak mempengaruhi sikap khalayak, namun media berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan khalayak.¹⁸ Dengan kata lain, media mempengaruhi persepsi khalayak tentang hal yang dianggap penting. Media memilih informasi dan berdasarkan informasi dari media, khalayak akan membentuk persepsi tentang peristiwa. Dapat dikatakan bahwa media mampu menggiring opini publik kepada suatu fakta tertentu melalui setting terhadap informasi yang akan dijadikan sebagai berita. Maka pada tahap inilah misi dakwah dapat berjalan, informasi yang dianggap tidak memihak kepada dunia muslim dapat ditunda pemberitaannya dan beralih kepada pemberitaan yang bernilai dakwah. Menurut Dedi Mulyana, semestinya pers memiliki misi yang mulia, yakni turut memberikan solusi atas konflik yang terjadi, bukan justru melaporkan segi-segi yang menarik dan dramatis semata-mata dengan tujuan untuk meningkatkan pasar.¹⁹ Para pengelola Pers (pemodal, redaktur, dan wartawan) perlu memiliki watak “ke-indonesiaan” yang murni dan konstruktif untuk turut membangun Indonesia yang bersatu, berdaulat dan berkeadilan.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa meskipun surat kabar dan media cetak lainnya sedang dalam gempuran media online, tetaplah efektif dijadikan sebagai media dakwah, bukan saja tulisan/artikel yang secara khusus membahas bidang agama, menurut kami desain perwajahan surat kabar yang dipoles dengan norma-norma agama, sistematika penulisan pemberitaan yang mengedepankan sisi positif/negatif secara lugas, cerdas dan berani serta kemampuan jurnalis muslim untuk menyatakan dan mengungkapkan sebuah kebenaran berdasarkan fakta dan realita adalah juga disebut perilaku dakwah.²⁰ Pada posisi ini seorang wartawan muslim harus mampu memprediksi efek-efek pemberitaan yang ditulisnya. Apakah efeknya akan membentuk opini negatif atau positif terhadap Islam. Berita bukanlah sesuatu yang begitu saja muncul suci dan bersih, tanpa mengandung maksud-maksud tertentu, ia hadir sebagai sebuah fakta yang dapat disetir kemana saja, subjektivitas jurnalis (institusi media) sedikit atau banyak berbau didalamnya, karenanya ilmu analisis berita seperti content analysis, frame analysis, discourse analysis, dan semiotic analysis, perlu dikembangkan terutama bagi para pelajar dan generasi muda Islam, sekaitan dengan perkembangan media komunikasi yang semakin pesat. Peran pemodal, redaktur dan wartawan dalam penyajian informasi juga turut mewarnai model dan bentuk informasi yang akan dipublikasikan, tarik menarik ketiga komponen tersebut menjadi ciri khas tersendiri bagi sebuah media surat kabar.

Selanjutnya bagaimana kekuatan surat kabar dapat digunakan untuk kepentingan dakwah? Dilihat dari perspektif Islam, sesungguhnya terjadi trade-off (tarik-menarik) antara fungsi dakwa dengan fungsi surat kabar. Karena dakwa juga berfungsi memberikan informasi, mendidik umat, menghibur, maka sepanjang fungsi surat kabar ditujukan bagi pengembangan nilai-nilai etis religious, maka fungsi dakwah dengan fungsi surat kabar parallel. Hal ini

didukung oleh adanya kaidah etika jurnalistik yang melekat dalam diri setiap insan pers yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Untuk memerankan dakwah melalui media surat kabar, ada beberapa asumsi yang mesti disepakati. Pertama, bahwa cakupan dan fungsi dakwah sangat luas. Kedua, nilai-nilai Islam adalah universal yang mampu melakukan penetrasi terhadap setiap institusi social manapun. Ketiga, secara praktis dan teoritis ada perbedaan antara pers Islam dengan pers umum. Keempat, keragaman dalam batas-batas tertentu merupakan khasanah yang berharga, dan bukan merupakan bencana. Perbedaan adalah rahmat, dengan kata lain banyak cara untuk menyatakan nilai-nilai Islam.

Keberadaan surat kabar mendapat tempat dalam aktifisme dakwah Islam, karena Islam mengajarkan keutamaan mementingkan ilmu pengetahuan serta menganjurkan umat agar kaya dengan informasi. Banyak ayat alquran yang merangsang umat kearah pemikiran yang kritis, mencari kebenaran, menggalakkan penulisan, kajian (*resears*), dan menyebarkan ilmu pengetahuan dan informasi.²¹ Selain itu aktivitas dakwah saat ini tidak cukup hanya dengan dakwah *bil lisan* dan dakwah *bil hal*, tetapi dituntut untuk lebih menguasai kecanggihan teknologi dengan segala bentuk pirantinya. Oleh sebab itu pemahaman dakwah dalam konteks ini harus holistic, universal dan menyeluruh.. Artinya dakwah tidak diukur dalam batas-batas formalitas dan legalisme belaka. Wartawan, editor, penulis, pemilik dan seluruh unsur yang berhubungan dengan aktivitas surat kabar memiliki peran ganda, disamping peran yang melekat pada dirinya, para insan pers juga dapat berperan sebagai dai. Pada saat wartawan menulis berita mengenai keadilan, kebajikan dengan niat yang ikhlas karena Allah, bukankah itu merupakan dakwah? Lebih bagus lagi apa bila wartawan mempersiapkan diri dengan kemampuan mengasah pesan-pesan Islam melalui bahasa dan logika pers untuk disampaikan kepada masyarakat Muslim. Karena Muslim di negeri ini adalah mayoritas, maka peluang untuk tersusunnya program dakwah melalui surat kabar sangat luas, konsumsi masyarakat tentang dakwah tidak pernah pupus.

Seiring dengan itu kebijakan suatu institusi surat kabar untuk terus menyodorkan pesan-pesan dakwah kepada pembacanya secara terus menerus mengadopsi teori penyuburan (*cultivation theory*) akan sangat membantu. Menurut *cultivation theory* bahwa suatu pesan yang diulang berkali-kali dan disodorkan dengan cara yang kreatif dan memanfaatkan potensi panca indra manusia secara maksimal akan memberi kesan yang mendalam kepada khalayak.

Dakwah melalui surat kabar hendaknya disampaikan kepada umat dengan penuh hikmah, dengan cara yang baik, lemah lembut dan penuh kesabaran, serta dengan argument terbaik (Q.S. an-Nahl: 125). Karena disampaikan melalui surat kabar, dakwah harus menggunakan bahasa dan daya jangkau akal pikiran manusia agar nilai-nilai normative itu mudah di bumikan menjadi perilaku positif. Figure dai yang pemikir dan penulis seharusnya profesional dan komunikatif serta mengerti betul tentang Islam, memiliki loyalitas dan dedikasi yang tinggi, istiqomah dan kreatif, mempunyai daya jangkau masa depan dengan berawal dari garis strategis yang mantap berencana dan berdampak multidimensional.

Dakwah bertujuan untuk memecahkan masalah umat, oleh sebab itu pelaksanaan dakwah di surat kabar harus mampu menjawab kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dituntut pula sikap mental Dai yang kuat untuk bisa menjawab tantangan yang dihadapi dalam masyarakat. Dai harus menguasai informasi dengan segala piranti yang melingkupinya, sehingga dengan memanfaatkan teknologi komunikasi informasi ini dakwah dapat terus bergulir seiring dengan perkembangan peradaban yang dilalui manusia. Karena interaksi yang terjadi pada masyarakat modern bersifat sangat fungsional dan tidak secara langsung, melainkan melalui media komunikasi dan informasi. Oleh sebab itu, kehadiran surat kabar menjadi urgen sebagai unsur penting dalam pelaksanaan dakwah.

Karena penerima dakwah adalah seluruh umat manusia, maka dapat dilihat bahwa surat kabar ditinjau dari perspektif komunikasi akan bermfaat sebagai pembawa informasi dalam rangka menyampaikan, mengalihkan, menjelaskan, serta membangkitkan inovasi umat untuk menerima perintah dan larangan dalam agama. Melalui beberapa pendekatan yaitu edukatif, persuasif dan instruktif akan dapat mengajak, menyeru dan memanggil manusia kepada ajaran Islam secara rutin. Oleh sebab itu, dai harus mengerti kebutuhan objek dakwah sehingga dalam memformulasi isi pesan dakwah dapat digunakan teknik-teknik jurnalisme. Menggunakan surat kabar sebagai penyampai pesan dakwah akan mampu meningkatkan harga diri masyarakat, menumbuhkan rangsangan yang baik dan dapat meningkatkan nilai-nilai artistik masyarakat. Dari rangsangan yang baik akan menimbulkan perasaan setuju atau tidak setuju. Mampu merangsang daya kreatifitas khalayak dan dapat pula meningkatkan keinginan untuk dapat terus berpartisipasi. Informasi dakwah yang disampaikan melalui surat kabar, bukan saja bertujuan agar orang mengerti dan memahami isi informasi itu akan tetapi agar meyakini dan mengamalkan isi pesan tersebut. Dengan demikian kegiatan dakwah akan berisi proses sosialisasi ide dan konsep-konsep internalisasi ide

Tantangan dan solusi surat kabar sebagai media dakwah.

Perkembangan pers dewasa ini mengalami kemajuan menggembirakan plus menghawatirkan. Dikatakan menggembirakan adalah karena melalui pers, proses transformasi sosial berjalan sangat cepat di samping distribusi ilmu pengetahuan dan teknologi merambah melewati batas-batas geografis. Kemajuan pers telah mengantarkan peradaban dunia yang berciri global, tidak seorang pun yang dapat melepaskan diri dari media *exposure* secara total. Sehingga wajar ada ungkapan “*We can't live without the press*”

Namun di sisi lain, keberadaan media massa ternyata memunculkan penyakit kecemasan informasi pada sebahagian masyarakat, karena laju pertumbuhan dan akumulasi pengetahuan serta informasi mengalami peningkatan yang sangat cepat. Gejala penyakit kecemasan informasi ini terlihat dari betapa banyaknya orang mengumpulkan informasi dari berbagai jenis, jumlah, kualitas dan kompleksitas media massa tanpa mampu mengola informasi tersebut. Kadang kala manusia juga menerima “limbah” informasi yang tidak bermanfaat

bagi dirinya. Hal ini terjadi karena arus informasi ternyata sangat sukar dikendalikan atau diawasi.

Ziauddin Sardar mempertanyakan, apakah semua perkembangan informasi sungguh bisa melahirkan sebuah tatanan masyarakat yang lebih baik? Apakah dengan melimpahruahnya teknologi komunikasi mampu mengarahkan dan menentukan masa depan kita? Menghadapi teknologi komunikasi ibarat melewati sebuah padang ranjau. Revolusi informasi yang diujakan kepada kita melalui televisi, surat kabar dan majalah begitu mewah, menarik dan dianggap sebagai suatu rahmat.²² Tetapi sekali lagi, manakala kita tidak mampu mengelola dan mengendalikannya dengan baik maka akan mengancam kelangsungan hidup baik fisik maupun cultural masyarakat muslim.

Pergulatan pers Islam (surat kabar) pada konteks kekinian mengalami pasang surut. Ratio perbandingan masyarakat yang membaca Koran ternyata lebih rendah dari pada menonton televisi atau mendengar radio. Disamping itu serbuan informasi dari berbagai media massa ternyata melebihi kapasitas ingatan manusia, sehingga khlayak merasa terbebani. Asumsi ini tidak berlebihan, sebab sebagaimana yang di tulis oleh Russel Neuman setiap program televisi memperlihatkan 3600 imaji per menit, radio menyiarkan rata-rata seratus kata per menit dan surat kabar menyajikan rata-rata 150.000 kata setiap hari. Betapa lelahnya otak khalayak bila harus berhadapan dengan semua media massa tersebut. Otak khalayak akan menjadi lelah bila setelah menghadapi media massa tersebut kemudian masih harus membaca buku *flier* dan brosur.

Di samping itu tingkat apresiasi media umat Islam terhadap media sendiri ternyata cukup rendah. Rendahnya kesadaran informasi umat Islam berbanding lurus dengan rendahnya tingkat pendidikan umat Islam Indonesia ditambah lagi alasan-alasan klasik, misalnya kurangnya modal, lemahnya menejemen pengelolaan dan pemasaran(promosi) sehingga pada kategori ini nampak pers Islam lemah dalam menyusun strategi peran pasar secara terbuka. Pers Islam belum memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantages*) dan keunggulan kompotitif (*competitive advantages*). Dalam kondisi demikian menyebabkan masuknya beberapa konglomerat kedalam dunia pers. Setelah konglomerat masuk media massa biasanya mendukung ide konglomerat tersebut.²³

Tantangan lainnya, adanya semacam dilemma yang berkepanjangan. Di satu sisi kita mengakui beberapa bias liputan dan opini yang ditujukan kepada umat Islam, namun pada sisi lain karena keterbatasan alternative ketergantungan pada sumber-sumber Barat masih saja berlangsung. Sehingga upaya surat kabar di Indonesia untuk memberikan informasi yang berimbang antara pihak-pihak yang diberitakan kurang begitu valid. Pada Negara-negara maju prinsip “ namun di Indonesia yang masih berlaku adalah tahap “*What do the media do for the audience*”.

Oleh sebab itu perlu direkomendasikan beberapa solusi terhadap tantangan dan kendala pers Islam di Indonesia. Ada perkembangan positif belakangan ini di tengah sekularisme peradaban dunia, kesadaran religious umat Islam semakin tinggi. Untuk itu peran dakwah di

surat kabar mengutamakan kepentingan pembaca, mengusahakan peningkatan kecerdasan dan kesejahteraan melalui informasi. Meskipun pembaca bersifat kritis, sebaliknya pers *dakwah* *mengimbangi* sikap kritis tersebut dengan memilih informasi yang layak siar. Menjaga integritas profesi pengelola pers dakwah dengan menyajikan fakta yang bermanfaat buat pembaca. Fakta disebut bermanfaat bagi pembaca apabila disadari bermanfaat oleh pengelola surat kabar.²⁴ Kalau pengelola pers dakwah menyadari ada fakta yang tidak akan bermanfaat buat pembaca, fakta itu seyogyanya tidak di siarkan. Kalau pengelola surat kabar nekad menyiarkan fakta yang tidak bermanfaat bagi perkembangan Islam dan umat Islam, maka secara tidak sengaja mereka merusak integritas profesinya. Selanjutnya melaksanakan tanggung jawab moral kepada diri sendiri dan kepada khalayak. Karena setiap perusahaan surat kabar bekerja dengan nilai-nilai yang dianutnya. Sepantasnya pengelola dakwah menjunjung tinggi nilai-nilai alquran dan hadis dalam menjalankan misinya, sehingga nilai-nilai itu dapat berkembang dengan subur melalui pemberitaan dan pemberian informasi kepada para pembacanya.

Dunia pers Islam perlu merumuskan strategi dan taktik dakwah yang dilengkapi dengan pusat kajian dan media informasi memadai dalam surah Al Hajj ayat ; 32,36.

Demikian pula pers dakwah harus mampu menjadi media dan corong kemajuan bangsa “jurnalisme profetik”,²⁵ “agen pemersatu (*unifikator*), dan sebagai alat komunikatif dialogis dengan menggunakan bahasa yang persuasive sofistifikatif serta tindakan yang halus, lembut, menarik masyarakat kepada ajakan-ajakan Islam secara demokratis dan manusiawi. Karena itu, pers dakwah harus menghindari bahasa lambang dan makna-makna yang terlalu agresif, fulgar serta terlalu menggurui.

Dewasa ini munculnya gairah para penulis, jurnalis muslim yang membahas masalah-masalah keagamaan diberbagai surat kabar local maupun nasional, di samping akan dapat mendatangkan penghasilan dan popularitas, juga menjadi sarana yang efektif untuk mempublikasikan ide, opini, atau pemikiran tentang berbagai masalah keagamaan sehingga dapat mempengaruhi dan menggerakkan massa. Aktifisme jurnalistik dakwah yang diperankan jurnalis-jurnalis Islam atau Dai yang jurnalis, harus memerankan dirinya sebagai *muaddib* (pendidik), *musaddid* (pelurus), *mujaddid* (pembaharu), *muwahhid* (pemersatu). Diatas segalanya para jurnalis Islam harus menjadi mujahhid yakni pejuang yang menhidupkan citra Islam dan umat Islam secara positif.

Di sini pula perlunya lembaga dakwah dan pendidikan membentuk kader-kader da'i berupa:

Menyiapkan para pengarang, penerjemah dan penulis yang memenuhi syarat untuk memenuhi pasaran bacaan ilmiah sastra budaya yang di dalamnya ditemukan benih-benih tauhid yang kuat dan kokoh.

Menyiapkan penyiaran dan perfilman, agar dunia film suatu waktu akan dipengaruhi dengan cerita yang menyebabkan orang asyik menontonnya dan barulah pada akhirnya menarik nafas puas, karena film itu ternyata film yang bernada agama.

Menyiapkan seniman dalam segala macam jenisnya yang mampu mengantarkan karya seninya untuk mendekatkan diri kepada Allah, mengagumi keindahan dan menghargai segala ciptaan Allah di alam raya ini.

Tenaga-tenaga seperti inilah yang diharapkan dapat memanfaatkan media komunikasi massa sehingga dakwah dapat berkembang dan turut mewarnai kehidupan umat manusia. Sekarang media massa memasuki babak baru dengan istilah abad informasi dan globalisasi. Media ini mempunyai efek yang sangat luas, tidak terbatas pada suatu daerah, bahkan mungkin sampai ke seluruh dunia. Karena itu materi dakwah melalui media surat kabar akan dapat menjangkau sasaran yang luas.

SIMPULAN

Surat kabar adalah lembaran-lembaran kertas yang bertuliskan berita yang terbagi oleh kolom-kolom yang terbit setiap hari secara periodic dan memiliki peran yang sangat besar bagi penyebaran informasi yang dapat mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku masyarakat yang bersangkutan serta memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan media elektronik. Berdakwah melalui surat kabar, hendaknya disampaikan dengan penuh hikmah, dengan cara yang baik, lemah lembut, dan penuh kesabaran serta dengan argument terbaik sesuai dengan Alquran surah An Nahl ayat 125. Juga harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca dan mudah dijangkau oleh pikiran manusia agar pesan nilai-nilai normatif dapat di amalkan oleh pembacanya. Berdakwah melalui surat kabar erat kaitannya dengan tiga komponen yang akan mempengaruhi berhasilnya media surat kabar yaitu pemilik modal, pemimpin redaksi, dan wartawan yang harus berjalan seiring agar dakwah tetap eksis melalui surat kabar. Keberadaan surat kabar menjadi peluang mas bagi juru dakwah untuk mengambil bagian di dalamnya dengan mengisi pesan-pesan agama bagi masyarakat karena konsumsi masyarakat tentang dakwah tidak akan pernah pupus. Perkembangan pers dewasa ini di samping menggembirakan juga menghawatirkan karena dapat memunculkan penyakit kecemasan informasi disebabkan ketidakmampuan khalayak mengola informasi tersebut sehingga masyarakat dapat saja menerima limbah informasi yang tidak bermanfaat bagi dirinya karena arus informasi ternyata sangat sukar dikendalikan. Oleh karena itu diperlukan adanya solusi terhadap tantangan pers Islam yaitu bagaimana cara menguasai informasi itu sendiri melalui upaya yang aktif, kreatif, kritis dan terus menerus melibatkan diri dalam proses informasi yang berkembang, sambil terus memberi dorongan dan penyadaran kepada pengelola pers Islam. Demikian pula perlunya mewarisi keterampilan dan kemahiran para ulama dan cendikiawan terdahulu yang mampu mengabdikan diri dalam menyebarluaskan ilmu melalui tulisan.

Endnotes

- ¹ Hamka dan Rafiq *Islam dan Era Informasi* Cet. I, Jakarta; Pustaka Panji Mas, 1989, h. 122
- ² Assegaff, *Jurnalisti Masa Kini* Cet. III, Jakarta; Glalia Indonesia, 19991, h. 9
- ³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta; Balai Pustaka, 1995, h.525
- ⁴ Departemen Penerangan RI, *Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 1999 tentang Pers.* Jakarta; Deppen RI, 1999, H. 3
- ⁵ <http://mc.seribd.com/doc/36855894/dakwah-disurat-kabar>. Diakses pada tanggal 3 Juli 2012
- ⁶ *Ibid.*,
- ⁷ Iskandar, *Ilmu Dakwah* Cet. I, Palopo; Lembaga Penerbitan Kampus (IPK) STAIN, 2008. h. 58
- ⁸ Habib, *Buku Pedoman Dakwah*, Cet. I. Jakarta; Wijaya, 1982. h. 138
- ⁹ *Ibid.*,
- ¹⁰ Rivers dan Cleve Matheus, *Etic for Media*, diterjemahkan oleh Arwah Setiawan dan Danan Priyatmoko, Jakarta; Gramedia, 1994. h. 35-36
- ¹¹ Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1998. h. 154
- ¹² *Ibid.*, h. 157-158
- ¹³ Gani, *Islam, Komunikasi dan Teknologi Mahluk*, Kuala Lumpur; Utusan Publication dan Distribution SDN. BHD, 2001. h. 34-35
- ¹⁴ *Op., Cit.*, h. 71
- ¹⁵
- ¹⁶ Pasqua, Jr.,et., al., *Mass Media in the Information Age*, Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hali, 1990. 307-308
- ¹⁷ Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1988. h. 88
- ¹⁸ Mulyana, *Komunikasi Massa: Kontroversi, Teori dan Aplikasi* Bnadung; Widya Padjdjaran, 2008. h. 54
- ¹⁹ *Ibid.*,
- ²⁰ Site, Unsur Dasar Desain Surat Kabar, <http://blogspot.com/2008/09/20/unsur-dasar-desain-surat-kabar.html>. diakses pada tanggal 3 Juni 2012.
- ²¹ *Op., Cit.*,h. 16
- ²² Sardar, *Tantangan Dunia Islam Abad 21*, Bandung; Mizan, 1993. h. 13
- ²³ Neuman, et.al., *Common Knowledge, News and the Contruction of Political Meaning*, Chicago, London; The University of Chicago Press, 1992. h. 90
- ²⁴ Severin dan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in The Mass Media*, New York; Logman, 1992. h. 290
- ²⁵ Morson, The Significant Facts, dalam Elliot D. Cohen, ed., *Philosphical Issues in Journalism*, New York, Oxford; Oxford University Press, 1992. h. 24

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, *Jurnalisti Masa Kini*, Cet. III, Jakarta; Glalia Indonesia, 1991.
- Morson, Benny. The Significant Facts, dalam Elliot D. Cohen, ed., *Philosophical Issues in Journalism*, New York, Oxford; Oxford University Press, 1992.
- Muliyana, Dedi. *Komunikasi Massa: Kontroversi, Teori dan Aplikasi* Bandung; Widya Padjdjaran, 2008.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta; Balai Pustaka, 1995.
- Departemen Penerangan RI, *Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 1999 tentang Pers*. Jakarta; Deppen RI, 1999.
- Effendi, Onong Uchyana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1998.
- http://mc.seribd.com/doc/36855894/dakwah_disurat_kabar. Diakses pada tanggal 3 Juli 2012
- Iskandar, *Ilmu Dakwah* Cet. I, Palopo; Lembaga Penerbitan Kampus (IPK) STAIN, 2008.
- Habib, M. Syafaat. *Buku Pedoman Dakwah*, Cet. I. Jakarta; Wijaya, 1982.
- Neuman, W. Russel. et.al., *Common Knowledge, News and the Contruction of Political Meaning*, Chicago, London; The University of Chicago Press, 1992.
- Pasqua, Jr. Thomas M., et., al., *Mass Media in the Information Age*, Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall, 1990.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1988.
- Rivers, William L. dan Cleve Matheus, *Etic for Media*, diterjemahkan oleh Arwah Setiawan dan Danan Priyatmoko, Jakarta; Gramedia, 1994.
- Rusjdi, Hamka dan Rafiq. *Islam dan Era Informasi* Cet. I, Jakarta; Pustaka Panji Mas, 1989.
- Sardar, Ziauddin. *Tantangan Dunia Islam Abad 21*, Bandung; Mizan, 1993.

Severin, Werner J. dan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in The Mass Media*, New York; Logman, 1992

Site, Hasan Aspahani. *Unsur Dasar Desain Surat Kabar*, [http: // blogspot. com / 2008 / 09 / 20 / unsur dasar desain surat kabar. html](http://blogspot.com/2008/09/20/unsur-dasar-desain-surat-kabar.html). diakses pada tanggal 3 Juni 2012

.Zulkifli, Abd. Gani. *Islam, Komunikasi dan Teknologi Mahluk*, Kuala Lumpur; Utusan Pablication dan Distribution SDN. BHD, 2001.